

EKONOMI KREATIF SEKTOR KULINER DI KOTA MAKASSAR (Transfer Pengetahuan Kewirausahaan Pada Bisnis Keluarga Kuliner Coto Makassar)

NURUL JANNAH

Fakultas Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ekonomi

Universitas Negeri Makassar

Email: n.jannah2405@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan peran orangtua dalam mendidik anak untuk meneruskan bisnis coto keluarga dilihat dari aspek transfer pengetahuan kewirausahaan, menjelaskan sumber kemampuan lain yang dimiliki pemilik usaha saat ini dalam mengolah coto dan menjalankan usaha dan menjelaskan ide kreatif dan sumber kreativitas pemilik usaha untuk menarik minat pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian berjumlah 5 orang yaitu masing-masing pemilik warung coto saat ini dan orangtua.

Hasil penelitian ini yaitu: dalam proses transfer pengetahuan orangtua kepada anak sebagai generasi penerus, masing-masing orangtua informan telah mendidik anak untuk melanjutkan usaha coto keluarga, yang dimulai dari sejak kecil anak diajak dan dilibatkan dalam membantu orangtua diwarung coto, kemudian diajarkan tips-tips menjalankan usaha dan resep rahasia mengolah coto. saat ini masing-masing anak telah melanjutkan usaha coto orangtua dan dalam menjalankan usaha coto tersebut anak mengaplikasikan sebagian pengetahuan yang diperoleh dari orangtua ditambah dengan ide tersendiri yang dimiliki. Dalam menjalankan usaha coto tersebut informan telah melakukan beberapa perubahan untuk membuat usaha menjadi lebih baik dan tetap diminati masyarakat, perubahan tersebut yaitu dari segi mengolah coto, pelayanan, pemasaran dan pengembangan cabang usaha. Selain itu informan juga membuat inovasi dalam usaha coto yang dijalankan untuk menarik minat pelanggan dengan mengandalkan kreativitas yang dimiliki yaitu dengan menyediakan menu beragam, mendesain lokasi warung menjadi lebih menarik, menyediakan ketupat gratis, dan menciptakan nama-nama menu coto yang unik. Dari semua yang telah dilakukan informan berasal dari berbagai sumber baik dari pengaruh bakat maupun lingkungan dan berbagai sumber lainnya. Adapun jenis pengetahuan yang diturunkan oleh orangtua kepada anak dalam transfer pengetahuan yaitu pengetahuan tacit. Dan dalam melanjutkan usaha coto orangtua saat ini masing-masing anak menggunakan pengetahuan tacit dan eksplisit.

Kata Kunci : Ekonomi Kreatif, Pendidikan Informal, Bisnis Keluarga, Transfer Pengetahuan

PENDAHULUAN

Dengan adanya globalisasi, mengubah cara orang bertukar informasi, berdagang dan mengkonsumsi barang dan jasa. Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi yang utama dalam kegiatan ekonomi. Perkembangan kehidupan dunia ekonomi, bisnis dan informasi saat ini mengakibatkan pergeseran paradigma, yaitu dari ekonomi berbasis sumber daya ke paradigma ekonomi berbasis pengetahuan atau kreativitas.

Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Triawan Munaf semakin mengaku optimistis ke depan ekonomi kreatif dapat berkembang lebih maju lagi seiring membaiknya ekosistem ekraf Indonesia. Terbukti dari data kontribusi ekonomi kreatif berdasarkan data bekraf yang bekerjasama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) dalam publikasi ekonomi kreatif tahun 2017, yang menunjukkan bahwa ada

peningkatan dari sisi Produk Domestik Bruto (PDB) sektor ekonomi kreatif. PDB ekraf pada tahun 2016 naik mencapai Rp. 922,58 Triliun dengan nilai kontribusi terhadap PDB Nasional sebesar 7,44%, atau meningkat dari tahun sebelumnya yang hanya sebesar Rp. 852,56 Triliun atau 7,38% terhadap PDB nasional. Angka ini juga diiringi dengan pesatnya laju pertumbuhan ekraf sebesar 4,95% di tahun 2016 dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sekitar 4,41%.

Departemen Perdagangan dalam Fitriana,dkk. (2014) mengidentifikasi setidaknya ada 14 sektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif, yaitu: Periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan (*handicraft*), desain, fashion, film, video, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, radio dan televisi, serta riset dan pengembangan. Namun, Pada tahun 2011 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memasukkan kuliner sebagai salah satu subsektor

ekonomi kreatif. Sehingga saat ini sudah ada 15 sektor dalam ekonomi kreatif. Walaupun sektor kuliner termasuk sektor baru namun perkembangannya sangat baik bahkan kontribusi sektor kuliner lebih besar dibandingkan kontribusi sektor lainnya.

Belakangan ini, peluang usaha kuliner sangat menjanjikan, terutama dari segi keuntungan. Jika kita jeli dan memperhatikan keadaan sekitar maka tentu kita akan menyadari betapa banyaknya orang-orang yang terjun di bisnis bidang kuliner terutama dalam kuliner tradisional nusantara, mulai dari usaha kecil-kecilan hingga yang bertaraf restaurant.

Di Makassar sendiri, salah satu kuliner tradisional yang paling terkenal adalah coto makassar. Coto Makassar merupakan salah satu makanan khas yang sangat populer dikalangan masyarakat sulawesi selatan bahkan diseluruh nusantara jadi tidak heran jika banyak masyarakat yang merintis usaha coto makassar. Walaupun banyak terdapat warung coto, namun tidak semua warung memiliki pelanggan yang

banyak dan bertahan sampai beberapa generasi, karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhi dan salah satunya adalah faktor resep dan proses transfer pengetahuan orangtua kepada anak sebagai generasi penerus. Sehingga ibu dan bapak lah yang juga berperan secara langsung mendidik anak dalam meneruskan usaha keluarga berdasarkan dari pengalaman mereka selama menjalankan usaha, ditambah dengan ilmu wirausaha yang didapatkan anak dari pendidikan formal di sekolah.

Selain dari didikan orangtua dan sekolah, kemampuan berwirausaha juga bisa didapatkan dari turunan secara genetika dari orangtua, tetapi sifat keturunan tersebut masih terbatas sebagai potensi yang memerlukan pengembangan dan lingkungan yang tepat agar seseorang menjadi wirausaha.

Untuk menjadi seorang wirausaha yang bertahan ditengah maraknya pesaing terutama dalam usaha kuliner keluarga, kita juga harus peka terhadap lingkungan sekitar dan kebiasaan masyarakat

saat ini agar usaha yang kita jalankan bisa tetap bertahan. Dalam memenuhi itu, diperlukan kreativitas dalam menjalankan usaha entah kreativitas itu dimiliki dari pengaruh bakat ataupun pengaruh lingkungan.

KAJIAN TEORI

1. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif. Ekonomi kreatif merupakan ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif (*creative value chain*); lingkungan pengembangan (*nurturanceenvironment*); pasar (*market*) dan pengarsipan (*archiving*).

Konsep ekonomi kreatif pertama kali muncul dan dikenal ketika John Howkins menulis buku *Creative Economy, How People Make Money From Ideas*. John Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya, warisan budaya dan lingkungan

sebagai tumpuan masa depan. (Moelyono, 2010)

Di sisi lain, konsep ekonomi kreatif secara lebih luas juga dikemukakan oleh *United Nations Conference On Trade And Development* (UNCTAD) *Creative Economy Report* dalam Arjana (2016) mendefinisikan ekonomi kreatif berbasis ide dan gagasan kreatif yang secara potensial dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan.

2. Pendidikan Informal Dalam Keluarga

Livingstone dalam Sudiapermana (2009) mendefinisikan pendidikan informal adalah setiap aktifitas yang melibatkan pursuit pemahaman, pengetahuan, atau kecakapan yang terjadi diluar kurikulum lembaga yang disediakan oleh program pendidikan, kursus atau lokakarya.

Sawitri dalam Immanuel (2016) menyatakan bahwa peranan orangtua sangat besar dalam menanamkan nilai-nilai, karakter dan membentuk keyakinan (*belief*) seorang anak. Transformasi nilai-nilai orangtua kepada anak hanya

akan terjadi jika orangtua memiliki kredibilitas yang baik di mata anak. Hal ini juga berlaku khususnya bagi orangtua wirausaha, yang sudah seharusnya dapat mendidik dan memberikan contoh nyata proses wirausaha yang dijalankannya kepada anak sehingga secara tidak langsung membentuk karakter entrepreneurial spirit.

3. Bisnis Keluarga

Menurut Hollander et al., dalam Kusuma (2015) Perusahaan keluarga adalah sebuah usaha yang dimiliki dan dikelola oleh satu atau lebih anggota keluarga dan diharapkan akan diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Tugiman dalam Wahjono (2009) mengemukakan indikator perusahaan keluarga dalam konteks usaha kecil adalah :

1. Posisi kunci dipegang keluarga
2. Keuangan perusahaan cenderung berbaur dengan keuangan keluarga
3. Tidak adanya mekanisme pertanggung-jawaban yang ketat
4. Motivasi kerja tinggi
5. Tidak adanya kekhususan/spesialisasi dalam manajemen.

6. Dialihkan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

4. Transfer Pengetahuan Dalam Perusahaan Keluarga

Menurut Nonaka dan Polanyi dalam Kusuma (2015) Pengetahuan dibedakan menjadi dua, yaitu tacit dan eksplisit. Karakter pengetahuan tacit dikonstruksi dari pengalaman individual dan merupakan bentuk dasar dari pengetahuan eksplisit. Pengetahuan tacit merepresentasikan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang, melekat pada pikiran, dan tidak bisa dipisahkan dari orang yang memilikinya. Pengetahuan eksplisit adalah pengetahuan yang mudah diubah dalam bentuk formal dan bahasa yang sistematis sehingga lebih mudah ditransfer daripada pengetahuan tacit.

Dalam perusahaan keluarga, pendahulu memiliki hasrat yang tinggi untuk mentransfer pengetahuan dan bersedia mengajarkan segala sesuatu yang mereka pahami tentang perusahaan kepada penerus. Hal tersebut dipengaruhi faktor relasi, ikatan kekeluargaan (familinesss), dan tingkat kepercayaan yang tinggi.

Perusahaan keluarga memiliki keuntungan tersendiri. Pendahulu dan penerus memiliki tujuan berbagi mimpi yang sama. Selain itu, ada elemen kepercayaan yang menyatukan keluarga dan bisnis. Trevinyo-Rodriguez dan Tapies dalam Kusuma (2015)

Menurut Tatoglu dalam Kusuma (2015) Proses alih generasi dikatakan berhasil apabila penerus telah mendapatkan legitimasi dan diterima secara luas oleh para pemangku kepentingan perusahaan. Otoritas dan pendelegasian kepada penerus adalah hal yang penting dalam proses ini. Kurangnya delegasi bukan hanya mengganggu proses belajar dari penerus, namun juga mengurangi kredibilitas penerus dimata karyawan dan pemangku kepentingan kunci perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subyek penelitian

berjumlah lima orang yang terdiri dari pemilik warung Aroma Coto Gagak dan orangtua, pemilik warung Coto Harmin 2 dan orangtua, dan pemilik warung Coto Nusantara. Penelitian berlangsung selama kurang lebih 1-2 bulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran Orangtua Dalam Mendidik Anak Untuk Meneruskan Bisnis Coto Keluarga Di Lihat Dari Aspek Transfer Pengetahuan Kewirausahaan

Hal yang paling menentukan dalam perusahaan keluarga adalah pergantian pucuk pimpinan. Banyaknya perusahaan yang tidak siap dengan pergantian kepemimpinan sehingga perusahaan tersebut harus terhenti di generasi pertama saja. Jadi selain pengetahuan kewirausahaan yang di peroleh dari bangku sekolah, pentingnya orangtua sebagai orang yang lebih dulu menjalankan usaha untuk mengajarkan anaknya dalam berwirausaha sebagai bekal pengetahuan dalam meneruskan bisnis coto keluarga.

Seperti halnya yang telah dilakukan oleh orangtua ketiga pemilik warung coto saat ini yang menjadi informan yaitu Dalam proses transfer pengetahuan peran yang dilakukan orangtua kepada anak sebagai generasi selanjutnya yaitu, masing-masing orangtua informan telah mengajarkan anaknya tentang bagaimana menjalankan usaha coto sejak kecil dengan mulai mengajak dan melibatkan anak dalam membantu di warung, kemudian setelah anak sudah dewasa dan mulai paham masing-masing orangtua mulai mengajarkan anaknya bagaimana tips-tips dalam menjalankan usaha coto, selanjutnya anak diajarkan tentang resep rahasia mengolah coto dengan cara yang berbeda-beda, ada orangtua yang langsung memperlihatkan kepada anak proses mengolah coto dari awal sampai selesai (praktik) dan ada juga yang mengajarkan anaknya dengan menuliskan resep kemudian dijelaskan dan dipelihatkan langsung cara mengolah coto (teori dan praktik).

Dan saat ini masing-masing anak telah melanjutkan usaha coto

orangtuanya dan dalam menjalankan usaha coto tersebut, masing-masing informan mengaplikasikan sebagian pengetahuan yang telah diperoleh dari orangtua ditambah dengan ide tersendiri dan pengalaman yang dimiliki oleh informan yaitu anak yang saat ini melanjutkan usaha coto orangtua.

2. Sumber Kemampuan Lain Yang Dimiliki Pemilik Usaha Saat Ini Dalam Mengolah Coto Dan Menjalankan Usaha

Setelah diberikan didikan oleh orangtua dan dianggap telah mampu memimpin usaha coto, selanjutnya warung coto diturunkan oleh generasi selanjutnya yang dijalankan oleh masing-masing anak dari pemilik warung aroma coto gagak, coto harmin dan coto nusantara. Dalam menjalankan usaha tersebut masing-masing pemimpin saat ini melanjutkan usaha coto dengan melakukan inovasi atau sedikit perubahan yang dapat membedakan kemampuan generasi saat ini dengan generasi sebelumnya yang dilihat dari segi mengolah coto dan menjalankan usaha agar warung coto yang dimiliki tetap diminati masyarakat

dan tetap bertahan ditengah maraknya pesaing.

1. Perbedaan cara mengolah coto

Dalam melanjutkan usaha coto orangtua, masing-masing informan telah melakukan sedikit perubahan dari resep mengolah coto yang telah diajarkan oleh orangtua masing-masing. Hal itu dilakukan untuk membuat coto tetap diminati oleh pelanggan hingga saat ini, karena selera pelanggan dulu dengan sekarang sudah berbeda.

2. Perbedaan pelayanan

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam menjalankan usaha terutama di bidang kuliner, karena walaupun rasa yang ditawarkan sangat enak namun jika pelayanan yang diberikan kurang baik maka pelanggan akan merasa kurang puas dengan apa yang diberikan sehingga pelanggan merasa tidak berminat lagi untuk datang kembali yang akan berdampak terhadap kelangsungan usaha kuliner tersebut.

Dan saat ini ketiga informan juga telah memperbaiki pelayanan mereka dengan mengatur tugas dan

tanggung jawab masing-masing pegawai agar lebih terstruktur sehingga antar pegawai satu dengan yang lainnya tidak ada yang saling mengharapkan.

3. Perbedaan pemasaran

Dalam penelitian yang telah dilakukan di tiga warung coto yang terletak di kota Makassar, ketiganya telah melakukan pemasaran, masing-masing melakukan pemasaran online yaitu dengan membuat akun di social media seperti facebook dan instagram yang menjadi tren masyarakat masa kini. Selain pemasaran lewat sosmed mereka juga melakukan kerja sama dengan pihak lain seperti di bandara agar coto lebih dikenal oleh masyarakat lokal maupun wisatawan.

4. Pengembangan cabang usaha

Dari ketiga informan pada penelitian ini, masing-masing informan kedua dan ketiga yaitu pemilik warung coto harmin 2 dan coto nusantara yang telah membuat cabang usaha di tempat lain dengan alasan yang berbeda-beda, namun lain halnya dengan informan pertama, yaitu pemilik warung aroma coto gagak yang baru merencanakan

untuk membuka cabang karena sekarang ini disatu warung saja mereka sudah kewalahan untuk mengurusnya.

5. Sumber kemampuan lain yang dimiliki pemilik usaha saat ini selain dari didikan orangtua

Dari keseluruhan yang telah di bahas sebelumnya yaitu tentang perubahan yang dilakukan oleh pemilik warung coto saat ini dengan generasi sebelumnya, merupakan hasil dari kemampuan tersendiri yang dimiliki oleh pemilik usaha saat ini dalam melanjutkan usaha coto orangtua selain dari pengetahuan yang diperoleh dari orangtuanya.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh ketiga informan ditemukan bahwa sumber kemampuan lain yang dimiliki itu ada yang bersumber dari pengaruh bakat yang memang telah dimiliki sejak kecil, pengaruh lingkungan, dari pelatihan-pelatihan kewirausahaan yang pernah di ikuti, *sharing-sharing* dengan saudara yang juga memiliki warung coto, pengalaman selama menjalankan usaha coto bertahun-tahun dan

bahkan ada juga yang bersumber dari kritik dan saran pelanggan.

3. Ide Kreatif Dan Sumber Kreativitas Pemilik Usaha Saat Ini Dalam Menarik Minat Pelanggan

Untuk tetap bertahan ditengah maraknya pesaing dan mengikuti perubahan yang terjadi dimasyarakat, masing-masing informan telah melakukan inovasi dengan mengandalkan kreativitas yang dimiliki dalam menarik minat pelanggan, dengan menyediakan menu beragam dan mendesain lokasi warung menjadi lebih menarik.

Sedikit berbeda dengan informan pemilik warung coto harmin 2, selain menyediakan menu beragam dan mendesain lokasi, informan juga menyediakan ketupat gratis dan menciptakan nama-nama menu coto yang unik.

Dan dalam melakukan hal tersebut, ide yang dimiliki masing-masing informan berasal dari berbagai sumber, ada yang bersumber dari pengaruh bakat, pengaruh lingkungan, mengikuti pelatihan, melakukan kunjungan ke warung makan lain, mengikuti

permintaan pelanggan, dan ada juga yang bersumber dari saran dan kritik pelanggan.

PEMBAHASAN

1. Peran Orangtua Dalam Mendidik Anak Untuk Meneruskan Bisnis Coto Keluarga Di Lihat Dari Aspek Transfer Pengetahuan Kewirausahaan

hasil penelitian ini menunjukkan masing-masing orangtua sebagai pemimpin usaha generasi pertama telah mengajarkan anak-anaknya sejak kecil tentang bagaimana mengolah usaha coto dengan baik mulai dari mengajak anak untuk sekedar melihat-lihat di warung coto sampai dengan diajarkan tentang resep rahasia dan tips menjalankan usaha.

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Sawitri (2010) :

“Peranan orangtua sangat besar dalam menanamkan nilai-nilai, karakter dan membentuk keyakinan (belief) seorang anak. Transformasi nilai-nilai orangtua kepada anak hanya akan terjadi jika orangtua memiliki kredibilitas yang baik di mata anak. Hal ini juga berlaku khususnya bagi orangtua wirausaha,

yang sudah seharusnya dapat mendidik dan memberikan contoh nyata proses wirausaha yang dijalankannya kepada anak sehingga secara tidak langsung membentuk karakter entrepreneurial spirit. Terlebih lagi bagi orangtua wirausaha yang memang sedang mempersiapkan anaknya untuk menjadi penerus bisnisnya, tentu saja karakter entrepreneurial spirit harus dapat ditanamkan sejak dini.”

Perkembangan lebih lanjut tentang studi entrepreneurial spirit dikemukakan oleh FrinCESS (2011) bahwa berwirausaha dapat melalui garis keturunan atau naluri alamiah dan keluarga menjadi lingkungan pertama yang dapat menumbuhkan mental. Orangtua yang berprofesi sebagai wirausaha diyakini dapat menjadi panutan (entrepreneurial role model) yang akan membentuk minat anak untuk berwirausaha di masa depan.

Setelah masing-masing orangtua telah mendidik anak bagaimana menjalankan usaha coto dengan baik sampai diajarkan tentang resep rahasia coto, sekarang ini masing-masing anak telah melanjutkan usaha coto orangtua. Dan berdasarkan hasil penelitian, dalam melanjutkan usaha coto

orangtua informan menerapkan sebagian pengetahuan yang telah diberikan orangtua dan digabungkan dengan pengalaman dan ide yang dimiliki sendiri.

2. Sumber Kemampuan Lain Yang Dimiliki Pemilik Usaha Saat Ini Dalam Mengolah Coto Dan Menjalankan Usaha

Dalam melanjutkan bisnis keluarga pemimpin baru harus memiliki kemampuan yang dapat melakukan perubahan dan perkembangan dalam usaha yang menjadi pembeda ketika pemimpin usaha yang dulu dan pemimpin saat ini yang menjalankan usaha dan agar usaha yang dimiliki bisa tetap bertahan walaupun dipimpin oleh generasi yang berbeda, dan dalam melakukan hal tersebut kemampuan kewirausahaan pemimpin usaha harus selalu dikembangkan seiring dengan berbagai perubahan yang terjadi dimasyarakat.

Sama halnya dalam hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa masing-masing informan telah melakukan pengembangan dalam usaha coto yang dijalankan saat ini dengan membuat beberapa

perubahan seperti, yang pertama dalam segi mengolah coto, pelayanan, pemasaran, sampai pengembangan cabang usaha.

Sedangkan pada hasil penelitian terdahulu Fitriana (2014) yang membahas tentang bagaimana pengembangan usaha dalam sektor kerajinan yang sedikit berbeda dengan pengembangan usaha pada sektor kuliner, pengembangan industri kreatif yang dilakukan oleh pemilik usaha industri kerajinan sebagian besar untuk meningkatkan kualitas produksi dan kualitas Sumber Daya Manusia atau pengrajinnya sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas, semua perubahan yang telah dilakukan oleh masing-masing informan merupakan hasil dari kemampuan tersendiri yang dimiliki, dimana ide tersebut diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda-beda. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Hasan (2012) terkait karakteristik tenaga kerja industri kecil yang menunjukkan bahwa :

“Tenaga kerja pada industri kecil di Kota Makassar, memiliki karakteristik memanfaatkan pengetahuan ekonomi yang mereka

miliki, baik yang diperoleh secara formal maupun informal dalam melakukan kegiatan produksi.”

Baik yang ditemukan dalam penelitian ini maupun pada teori yang telah ada sebelumnya, sama-sama menunjukkan bahwa kemampuan dalam mengembangkan usaha memang sangat perlu untuk dimiliki oleh setiap wirausaha yang dapat diperoleh dari berbagai sumber baik dari perubahan yang terjadi dilingkungan, pengaruh bakat, melalui keturunan dan dari proses pendidikan formal maupun informal. Hal itu dilakukan agar supaya usaha yang dimiliki khususnya dalam kuliner coto tetap mampu bertahan dari maraknya pesaing.

3. Ide Kreatif Dan Sumber

Kreativitas Pemilik Usaha

Saat Ini Dalam Menarik

Minat Pelanggan

Kreativitas memang sangat penting dalam pengelolaan usaha. Dalam ruang lingkup dunia usaha, kreativitas menempati posisi sentral untuk menuju keberhasilan (kebahagiaan). Menurut Suryana (2003) kreativitas adalah: “Berpikir

sesuatu yang baru”. “Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang”. Kreativitas itulah yang dijadikan sebagai kekuatan untuk membuat inovasi yang dijadikan sebagai ciri khas dan kekuatan dalam menghadapi pesaing agar usaha yang dimiliki tetap diminati oleh banyak masyarakat.

Berbagai kreativitas dalam usaha kuliner dapat dikembangkan, antara lain melalui diversifikasi produk, inovasi fasilitas rumah makan, inovasi promosi dengan member card, pemberian makanan ringan secara gratis (Sarijani, 2015). Selain itu kreativitas dapat dibangun dengan menciptakan lingkungan yang kreatif dan artistik yang mampu menyajikan suasana sebagaimana aslinya dimana makanan itu berasal (Lee, 2012), serta dengan mengedepankan makanan lokal, organik, specialty, dan/atau makanan etnik, atau dengan menggunakan peralatan yang baru, dan metode untuk mengurangi limbah makanan

dan menurunkan biaya produksi (Donald, 2009).

Seperti yang telah ditemukan pada hasil penelitian ini yaitu bahwa ketiga informan yang merupakan pemilik usaha coto makassar masing-masing telah menerapkan ide kreatif yang dimiliki dengan membuat inovasi-inovasi dalam usaha mereka seperti dalam hal menyediakan menu yang beragam, dll. Dan adapun sumber kreativitas diperoleh oleh masing-masing informan dari berbagai sumber, baik itu pengaruh bakat maupun lingkungan.

4. Jenis Pengetahuan Pemilik Usaha Terdahulu Yang Diturunkan Dalam Transfer Pengetahuan

Jenis pengetahuan yang ditransfer oleh orangtua kepada anak sebagai generasi penerus usaha sebagian besar adalah pengetahuan tacit. Dan saat ini dalam melanjutkan usaha coto orangtua anak sebagai informan menggunakan pengetahuan tacit dan eksplisit dalam usaha yang dijalankan yang diperoleh dari berbagai sumber mulai dari orangtua, bakat, pengalaman, lingkungan, ikut pelatihan, kritik dan

saran pelanggan sampai dengan mengikuti perubahan yang terjadi dimasyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhak, Ishak dan Ugi Suprayogi. 2013. *Penelitian Tindakan Dalam Pendidikan Nonformal*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Amir, Mohammad F. 2014. *Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arjana, I Gusti B. 2016. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dewandaru, Bothy dan Nining Purnamawingsih. 2016. Strategi Dalam Memajukan Industri Kreatif Dan Pengembangan Ekonomi Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata (Studi Pada Kesenian Jaranan Di Kota Kediri). Universitas Kadiri. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, Vol. 1, No. 2, Hal. 170 – 187.
- Fitriana, Aisyah N, Irwan Noor dan Ainul Hayat. 2014. Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu. Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Publik (Jap)*, Vol. 2 No. 2, Hal. 281-286.
- Hasan, Muhammad. 2018. Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Ekonomi dan*

Pendidikan Volume 1 Nomor 1,
Hal 81-86

Helmawati. 2014. *Pendidikan Keluarga*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

<http://www.bekraf.go.id/subsektor/page/kuliner>

Immanuel, Dewi M dan Metta Padmalia. 2016. Identifikasi Peranan Orangtua Wirausaha Dalam Pembentukan Karakter Entrepreneurial Spirit Dan Keberlangsungan Business Project Mahasiswa Universitas Ciputra. Universitas Ciputra Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Volume XIX No. 2 ISSN 1979 – 647*,. Hal. 263-277.

Kusuma, Gabriella Hanny. 2015. Transfer Pengetahuan Terencana Dan Tidak Terencana Pada Proses Regenerasi Perusahaan Keluarga Di Indonesia. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. *Jurnal Siasat Bisnis Vol. 19 No. 1*, Hal. 15-26.

. 2015. Metode Transfer Pengetahuan Pada Perusahaan Keluarga Di Indonesia. *MODUS Vol.27 (2) ISSN 0852-1875*, Hal. 125-139.

Moelyono, Mauled. 2010. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Soemanto, Wasty. 2002. *Pendidikan Wiraswasta*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukamdani, Nugroho B. 2013. *Solusi Perusahaan Keluarga*. Jakarta: Penerbit PPM.

Suprijanto. 2009. *Pendidikan Orang Dewasa*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

Susilaningsih, Martina Andriani dan Bara Yudhistira. 2017. Kreativitas Dari Semangkok Soto: Menuju Usaha Warung Soto Pada Era Ekonomi Kreatif. Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Seminar Nasional 6th UNS SME's SUMMIT & Awards 2017*. Hal. 194-202

Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana Prenada Group.